

JP-A-H10-275186 (Translation)

(19) The Japanese Patent Office
(12) Laid-Open Patent Application Publication (A)
(11) Laid-Open Patent Application Publication No. Hei-10-275186
(43) Publication Date: October 13, 1998
(51) Int Cl⁵ : G06F 17/60, 13/00 351; G07F 17/00
FI: G06F 15/21 330, 13/00 351E; G07F 17/00 B

Request for Examination: not yet requested

Number of Claims: 14

(22) Application Date: March 31, 1997
(21) Application No. Hei-9-81219
(71) Applicant: Nomura Research Institute Ltd.
(Code: 000155469)
1-10-1, Nihonbashi, Chuo-ku, Tokyo, Japan
c/o Nomura Research Institute Ltd.
(72) Inventor: Toshifumi Naka
134, Godo-cho, Hodogaya-ku, Yokohama, Japan

(54) Title of the Invention: On-Demand Sales Method and On-Demand Sales Device

[Problem to be Solved]

To provide a sales system which can give a suggestion to a user who has not clarified the conditions for specifying digital information to be obtained and which can comply with a need of a user who wants to decide a purchase after trial use.

[Constitution]

An on-demand system including an access stage for accepting access from a user at a sales point (SP1), a trial use data providing stage for providing trial use data (D1) to be tried by a user, a purchase arousing data providing stage for providing purchase arousing data (D2) for arousing an intention to purchase data in a user, and a sales providing

stage for providing a user with sales data (D3) after confirming the user's intention of purchasing. The system may include a user data collecting stage for collecting user data (D4) regarding attributes and so on of a user who has gained access.

[Scope of Patent Claims]

[Claim 1] An on-demand sales method characterized in that said method is an on-demand system which includes an access stage for accepting access from a user at a sales point, a trial use data providing stage for providing trial use data to be tried by a user, a purchase arousing data providing stage for providing purchase arousing data for arousing an intention to purchase data in a user, and a sales providing stage for providing a user with sales data after confirming said user's intention of purchasing.

[Claim 2] An on-demand sales method as recited in Claim 1, characterized in that said method is an on-demand system further including a user data collecting stage for collecting user data regarding attributes and so on of a user who has gained access.

[Claim 3] An on-demand sales method as recited in Claim 2, characterized in that said method is an on-demand system wherein said purchase arousing data include data which are preferentially displayed on a catalogue and which are sales data determined, based on said user data collected at said user data, to have a high possibility of being purchased by said user.

[Claim 4] An on-demand sales method as recited in Claims 1, 2 and 3, characterized in that said method is an on-demand system further including a data analyzing stage for analyzing record data such as sales record data and trial record data, and a data updating stage for updating said purchase arousing data based on the analysis at said data analyzing stage.

[Claim 5] An on-demand sales method as recited in Claim 4, characterized in that said method is an on-demand system adapted to provide said trial use data in a ranked form, wherein the rank of said trial use data are updated in the data updating stage.

[Claim 6] An on-demand sales method as recited in Claims 1, 2, 3, 4 and 5, characterized in that said method is an on-demand

system wherein said sales providing stage is through a download from a center provided separately from said sales point.

[Claim 7] An on-demand sales method as recited in Claims 1, 2, 3, 4, 5 and 6, characterized in that said method is an on-demand system further including a provision preparing stage in which, when a user is trying trial data, sales data corresponding to said trial use data are prepared so as to be immediately provided.

[Claim 8] An on-demand sales device comprising access means for accepting access from a user, trial use data providing means capable of providing trial use data to be tried by a user, purchase arousing data providing means capable of providing purchase arousing data for arousing an intention to purchase data in a user, and sales providing means for providing a user with sales data when the user's intention of purchasing is confirmed.

[Claim 9] An on-demand sales device as recited in Claim 8, further including user data collecting means capable of collecting user data regarding attributes and so on of a user who has gained access, wherein said purchase arousing data providing means is adapted to execute sorting giving priority to sales data having high possibility of being purchased by users in a group to which said user belongs based on said user data collected by said user data collecting means in forming said purchase arousing data.

[Claim 10] An on-demand sales device as recited in Claims 8 and 9, further comprising data analyzing means capable of analyzing record data such as sales record data and trial record data, and data updating means for updating said purchase arousing data based on a result of analysis by said data analyzing means.

[Claim 11] An on-demand sales device as recited in Claim 10, wherein said data updating means can also update said trial use data.

[Claim 12] An on-demand sales device as recited in Claims 8, 9, 10 and 11, wherein a center capable of accumulating a large

variety of sales data is provided separately from said sales point, and wherein said center and said sales point are provided with center download means capable of downloading sales data accumulated in said center when necessary.

[Claim 13] An on-demand sales device as recited in Claim 12, wherein said sales point is provided with popular data stocking means for stocking sales data having an excellent sales record.

[Claim 14] An on-demand sales device as recited in Claim 13, wherein said center is provided with stock data grasping means capable of grasping what data are stocked in said popular data stocking means, and download preparing means which, when a user is trying trial use data and when sales data corresponding to said trial use data are not stocked in said sales point, prepares said sales data so that said sales data may be immediately downloaded to said sales point.

[Detailed Description of the Invention]

[0001]

[Field of the Invention]

The present invention relates to an on-demand sales system which is adapted to send information such as a software (music, a program) via a network to sales points (a shop, a household terminal, etc.) in a place away from a center, and with which a user can perform trial use or trial listening of information (which may be herein after referred to as "trial use") and make a reference in purchasing.

[0002]

[Prior Art]

Sales systems in recent years have been selling intangible items of "information" through on-demand systems. Since "information" can be digitized, there can be employed an efficient delivery method such as data compressing or a method in which information selling frequently is stored in sales points. These are very convenient for a user who can specify information to be purchased. For example, the user can purchase music as digital information sent from a base station through a

procedure comprising specifying the music to be purchased by conditions such as the title or the musician thereof, putting an order and paying the price.

[0003]

[Problems to be Solved by the Invention]

However, such a conventional on-demand sales system has the following drawbacks. Description will be made taking a case where a user want to purchase music as an example. Firstly, the user should have conditions by which the music to be purchased can be clearly specified. In the case where a user who does not have such conditions is going to make a purchase, the user must undergo a complicated retrieval of an enormous database.

[0004]

Also, such systems cannot comply with a need of a user who wants to decide a purchase after trial listening or trial use. In addition to diversification and differentiation of needs, there are an increasing number of cases in which a user finds it difficult to have clear conditions for deciding what to obtain. Namely, there are an increasing number of users who only have a vague need like "Is there any good music?" The systems cannot comply with such users.

[0005]

The problems to be solved by the invention is to provide a technology which can give a suggestion to a user who has not clarified conditions for specifying digital information to be purchased such as the title of a music piece or a program and the manufacturer thereof, and which can comply with a need of a user who want to decide a purchase after trial use. It is, therefore, the object of the inventions recited in Claims 1 to 7 to provide a sales method which can give a suggestion to a user who has not clarified conditions for specifying digital information to be purchased, and which can comply with a need of a user who want to decide a purchase after trial use.

[0006]

It is the object of the inventions recited in Claims 8 to

14 to provide a device which can give a suggestion to a user who has not clarified conditions for specifying digital information to be purchased, and which can comply with a need of a user who want to decide a purchase after a trial use.

[0007]

[Means to Solve the Problems]

To solve the above problems, the present applicant provides inventions recited in Claims 1 to 14.

The invention recited in Claim 1 is an on-demand sales system including an access stage for accepting access from a user at a sales point (SP1), a trial use data providing stage for providing trial use data (D1) to be tried by a user, a purchase arousing data providing stage for providing purchase arousing data (D2) for arousing an intention to purchase data in a user, and a sales providing stage for providing a user with sales data (D3) after confirming the user's intention of purchasing.

[0008]

The "access from a user" herein includes a case where a user goes to a sales point and gain access using a terminal installed therein as well as online access. The sales data (D3) herein are digital information which can be provided online such as texts, music, programs and pictures.

[0009]

The trial use data (D1) herein are, when the sales data (D3) are a text, a digested version thereof, or, when the sales data (D3) are a piece of music, a part thereof such as 8 bars. The purchase arousing data (D2) herein include a weekly ranking or a comment of a celebrity.

[0010]

The trial use data (D1) and the data (D2) may be interlocked so that when a user designates specific data listed on the purchase arousing data (D2), the user can immediately obtain the trial use data (D1). "Providing user with sales data (D3)" includes providing a piece of music only once to a

communication Karaoke system as well as downloading to a hard disk owned by the user. As for the providing means, sending a medium (CD-ROM, for example) in which ordered sales data (D3) is stored by post is included in the scope of the present invention in addition to online means.

[0011]

When a user gains access to this system, the user can try trial use data (D1) or accept a provision of purchase arousing data (D2). Thus, the system can give a suggestion to a user who has not clarified conditions for specifying sales data (D3) to be purchased and comply with a need of a user who wants to decide a purchase after trial use.

The invention recited in Claim 2 has been made by limiting the on-demand sales system recited in Claim 1, and characterizing by further including a user data collecting stage for collecting user data (D4) regarding attributes and so on of a user who has gained access.

[0012]

The user data (D4) are data regarding attributes for classifying users such as age, sex, occupation, address, and are used to improve the service or business of the system. The methods of obtaining the user data (D4) include having a user input these items every time the user gains access, giving a membership number to a user who have once gained access and having the user input the membership number, and using an IC card distributed to users. In the IC cards may be written purchase history of the user and so on. The IC card may also have a function for preventing misuse thereof.

[0013]

The system, which can collect user data (D4) when a user gains access, can utilize the thus collected user data (D4) to improve the quality of service and business.

The invention recited in Claim 3 has been made by limiting the on-demand sales system recited in Claim 2, and characterized in that the purchase arousing data (D4) include

data which are preferentially displayed on a catalogue and which are sales data determined, based on said user data collected at said user data, to have a high possibility of being purchased by said user.

[0014]

When the sales data (D3) are music, the system is adapted to form the purchase arousing data (D2) based on an analysis of such a correlation that users having particular attributes, for example teenage females, tends to like a singer B when they like music of group A.

[0015]

When a user gain access to this system, the system can collect user data (D4) at the user data collecting stage. When the user data (D4) are accumulated, well-selling items based on the attributes of users can be statistically grasped. When another user gains access, the system reads data popular among users having the same attributes as the user and adds the data in the purchase arousing data (D2).

[0016]

When the sales data (D3) are music, the user who has gained access may possibly find its desired piece of music in the purchase arousing data (D2) even if it is in an ambiguous state like "I want to purchase a piece of music, which is popular recently and which I heard in a coffee shop a little while ago." or "I want to purchase music pieces selling well recently lest I should be behind my friends." Thus, the user can have a merit of being able to find its desired piece of music in a short time. The system provider can also have a merit of letting users who have refrained from purchasing for a reason that they cannot find desired music pieces within a limited period of time make a purchase.

The invention recited in Claim 4 has been made by limiting the on-demand sales method recited in Claims 1, 2 and 3, and characterized by including a data analyzing stage for analyzing record data (D5) such as sales record data and trial

record data, and a data updating stage for updating purchase arousing data (D2) based on the analysis at the data analyzing stage.

[0017]

The record data (D5) mainly consists of sales record data and trial record data but may be new data or the like consisting of a combination with user data (D4). The more frequency in the data analyzing stage and the data updating stage is, the larger the merit to the users would be. However, it depends on the scale of the system.

[0018]

This system, which includes the data analyzing stage and the data updating stage, can maintain the quality of service of giving a suggestion to a user who has not clarified conditions for specifying sales data (D3) to be purchased in high level.

The invention recited in Claim 5 has been made by limiting the on-demand sales system recited in Claim 4, and characterized in that the trial use data (D1) are adapted to be provided in ranked form and in that the data updating stage includes updating of the ranking of the trail data (D1).

[0019]

When this system undergoes the data updating stage, the ranking of the trial use data (D1) is also updated. Thus, the possibility of shortening the time needed for a user to reach desired trial use data (D1) can be enhanced.

The invention recited in Claim 6 has been made by limiting the on-demand sales system recited in Claims 1, 2, 3, 4, and 5 and characterized in that the sales providing stage includes a download from a center (C) provided separately from the sales point (SP1).

[0020]

Since the center (C) is provided separately from the sales point (SP1) in this system, even though a plurality of sales points are provided, it is not necessary to stock all the sales data (D3) constantly in every sales point. Thus, the

facility can be slimed down.

The invention recited in Claim 7 has been made by limiting the on-demand sales system recited in Claims 1, 2, 3, 4, 5, and 6, and characterized by including a provision preparing stage, in which, when a user is trying trial use data (D1), sales data (D3) corresponding to the trial use data (D1) are prepared so as to be immediately provided.

[0021]

In the system having the center (C) provided separately from the sales point (SP1) as recited in Claim 6, when the sales point does not have the sales data (D3) corresponding to the trail data (D1) which is being tried by a user, the sales data are downloaded from the center (c) to the sales point (SP1) or prepared for download.

[0022]

This system, which includes provision preparing stage, can immediately provide a user with the sales data (D3) when the user decide a purchase based on the trial use data (D1) so that the time needed for the user to obtain the sales data (D3) can be shortened, thereby enhancing the satisfaction of the user.

The invention made by limiting Claim 2 and so on has a merit of being able to collect user data (D4) at each sales point. The invention made by limiting Claim 3 can grasp well-selling items peculiar to each of the sales point.

The invention recited in Claim 8 is an on-demand sales device including access means for accepting online access from a user at a sales point (SP1), trial use data providing means capable of providing trail data (D1) to be tried by a user, purchase arousing data providing means capable of providing purchase arousing data (D2) for arousing an intention to purchase data in a user, and sales providing means for providing the user with sales data (D4) when the user's intention of purchasing is confirmed.

[0023]

The "sales providing means" includes a case of providing a piece of music only once to a communication Karaoke system in addition to downloading to a hard disk drive owned by a user. As the providing means, sending a medium (CD-ROM, for example) in which ordered sales data (D4) is stored by post is included in the scope of the present invention in addition to online means.

[0024]

In the sales point (SP1), the access means accepts online access from a user. The trial use data providing means and the purchase arousing means provide the user with trial use data (D1) and purchase arousing data (D2), respectively. The user provided with the trial use data (D1) and the purchase arousing data (D2) specifies data to be purchased, whether using the trial use data (D1) and the purchase arousing data (D2) or not, and expresses an intention of purchasing. The on-demand sales device according to the present invention provides the user with sales data (D3) using the sales providing means.

[0025]

The sales system employing the on-demand sales system according to the present invention, with which a user can try trial use data (D1) or accept a provision of purchase arousing data (D2), can give a suggestion to a user who has not clarified conditions for specifying sales data to be purchased and comply with a need of a user who wants to decide a purchase after trial use.

The invention recited in Claim 9 has been made by limiting the on-demand sales device recited in claim 8, and characterized by further including user data collecting means capable of collecting user data (D4) regarding attributes and so on of a user who has gained access, and in that the purchase arousing data providing means is adapted to execute sorting giving priority to sales data (D3) having high possibility of being purchased by users in a group to which the user belongs based on the user data (D4) collected by the user data

collecting means in forming purchase arousing data (D2).

[0026]

The sales system employing the on-demand sales system according to the present invention collects user data (D4) of a user who gained access to the system according to the present invention using the user data collecting means. Then, based on the user data (D4), sorting is executed giving priority to sales data (D3) having high possibility of being purchased by users in a group to which the user belongs to, whereby the purchase arousing data (D2) are formed. Thereby, the probability of a user who has not clarified conditions for specifying sales data (D3) deciding to purchase can be enhanced.

The invention recited in Claim 10 has been made by limiting the on-demand sales device recited in Claims 8 and 9, and characterized by including data analyzing means capable of analyzing record data (D5) such as sales record data and trial record data, and data updating means for updating the purchase arousing data (D2) based on a result of analysis by the data analyzing means.

[0027]

The sales system employing the on-demand sales system according to the present invention analyzes record data (D5) using the data analyzing means. The result of analysis is used by the data updating means to update the purchase arousing data (D2). Thereby, the system can maintain the quality of service of giving suggestion to a user who has not clarified conditions for specifying sales data to be purchased in high level.

The invention recited in Claim 11 has been made by limiting the on-demand sales device recited in claim 10, and characterized in that the data updating means can also update the trial use data (D1).

[0028]

When the sales system employing the on-demand sales system according to the present invention undergoes the data updating stage, the ranking of the trial use data is also

updated. Thus, the possibility of shortening the time needed for a user to reach desired trial use data (D1) can be enhanced.

The invention recited in Claim 12 has been made by limiting the invention recited in Claims 8, 9, 10 and 11, and characterizing in that a center (c) capable of accumulating a large variety of sales data (D3) is provided separately from the sales point (SP1) and in that the center (C) and the sales point (SP1) are provided with download means capable of downloading sales data (D3) accumulated in the center (c) when as necessary.

[0029]

In the sales system employing the on-demand sales system according to the present invention, since the center (c) is provided separately from the sales point (SP1), even if a plurality of sales point are provided, it is not necessary to stock all the sales data (D3) constantly in every sales point. Thus, the facility can be slimmed down.

The invention recited in Claim 13 has been made by limiting the on-demand sales system recited in Claim 12, and characterized in that the sales point (SP1) is provided with popular data stocking means for stocking sales data (D3) having excellent sales record.

[0030]

In the sales system employing the on-demand sales device according to the present invention, since the sales point (SP1) is provided with the popular data stocking means, when sales data stocked in the stocking means are sold, namely provided to a user, the time needed for the user to obtain the sales data can be shortened.

The invention recited in Claim 14 has been made by limiting the on-demand system recited in Claim 13, and characterized in that the center (C) is provided with stock data grasping means capable of grasping what sales data (D3) are stocked in the popular data stocking means, and download preparing means which, when a user is trying trial use data and

when sales data (3) corresponding to the trial use data (D1) is not stocked in the sales point (SP1), prepares the sales data (D1) so that the sales data may be immediately downloaded to the sales point (SP1).

[0031]

In the sales system employing the on-demand sales device according to the present invention, the center (c), which is provided with stock data grasping means, can always grasp what data are stocked in the popular data stocking means and what data are not. The center, which is also provided with the download preparing means, can immediately download sales data to the sales point (SP1) when a user is trying trial use data (D1) and when sales data (D3) corresponding to the trial use data (D1) are not stocked therein. Thus, when the sales data (D3) are provided to the user, the time needed for the user to obtain the sales data can be shortened.

[0032]

[Embodiments of the Invention]

The present invention will be hereinafter described in detail based on the embodiments thereof and drawings. The drawings herein used are Fig.1 to Fig. 4. Fig. 1 is a conceptual view illustrating a first embodiment of the present invention. Fig. 2 is a conceptual view illustrating a second embodiment of the present invention. Fig. 3 is a conceptual view illustrating a third embodiment of the present invention. Fig. 4 is a conceptual view illustrating a fourth embodiment of the present invention.

Based on Fig. 1, description will be made of the first embodiment.

[0033]

This embodiment is an on-demand marketing system comprising a plurality of sales points SP1, SP2, SP3 and a center C for governing the sales points SP1, SP2, SP3. As every sales points SP1, SP2, SP3 has the same constitution, the description will be herein after made on the assumptions that a

user who utilizes the system uses the sales point 1 as shown in Fig. 1 and that the system sells music data.

[0034]

The sales point SP1 is connected online to the center C. The sales point SP1 are separated into a sales system SS for stocking sales data D3 and a marketing system MS which is accessed by users. A user who intends to purchase data utilizing the marketing system firstly gains online access to the marketing system MS of the sales point SP1, to which, for example, the user can gain access at a lower telephone fee than the other sales points. The user may go to the sales point SP1 and gain access using a terminal therein. At that time, the marketing system MS obtains user data D4 that are data concerning the user such as age, sex, address and occupation.

[0035]

When accepting access from a user, the marketing system MS provides trial use data D1 to be tried by the user and data D2 for arousing an intention to purchase data in the user. The trial data D1 herein are a part of sales data D3 such as 8 bars or less of the most significant part (which is called "sabi" in Japanese) of a music piece. The purchase arousing data D2 include a weekly ranking formed based on sales record data, an image video for sales promotion of a new song, a comment of a celebrity and so on.

[0036]

The system is adapted to form the purchase arousing data D2 based on an analysis of such correlation that teenage users having particular attributes, for example teenage female, tend to like a singer B when they like music of a group A. The trial use data D1 are interlocked with the purchase arousing data D2 so that, when a user designates specific data listed on the ranking of the data D2, the user may immediately obtain the trial use data D1.

[0037]

A user who does not use the trial use data D1 and the

purchase arousing data D2 need to send retrieval information to specify sales data D3 to be purchased to the marketing system MS. The marketing system MS prepares to provide sales data D3 based on the retrieval information. At this time, trial use data D1 may be provided in order to have the user confirm that the sales data is the data desired by the user.

[0038]

As is described above, a user who gains access to this system can perform trial use (trial listening) of trial use data D1 or accept provision of purchase arousing data D2. Therefore, this system can give a suggestion to a user who has not clarified conditions for specifying sales data to be purchased and comply with a need of a user who want to decide a purchase after trial use.

[0039]

When a user who has decided to make a purchase expresses the intention of purchasing to the marketing system MS, the sales data D3 are provided to the user. For example, the sales data are downloaded to a hard disk drive owned by the user. When the sales data D3 are popular data D31, the data are stocked in the sales system SS. When the data are not stocked in the sales system SS, the data are downloaded from the center C in which all sales data D30 are stocked to the sales system SS, then downloaded to the user.

[0040]

When the user is using the trial use data D1, the sales system SS prepares to download the sales data D3 corresponding to the trial use data D1 so that the user may immediately obtain the sales data D3. Record data D5 such as trial record data based on the trial use of the trial use data D1 and purchase record data in the case where the user made a purchase are sent together with the user data D4 to the center C and subjected to a data analyzing function provided therein. The data analyzing function herein comprises input means for inputting user data D4 from sales points, storage means for

storing the user data D4, operation means for accumulating the user data stored in the storage means and processing the data into the purchase arousing data, and output means for outputting the results given by the operation means to a purchase information providing function in the marketing system MS.

Description will be next made of a second embodiment based on Fig. 2, comparing with the first embodiment.

[0041]

The second embodiment is different from the first embodiment in that the marketing system MS is integrated with the sales system SS in the sales point SP1. With this constitution, the device in the sales point SP1 can be facilitated. With the facilitation, the stockable amount of popular data D31 as sales data D3 may be decreased as compared with the first embodiment. In this case, however, all to be done is to download non-stocked sales data D3 from the center C.

Description will be next made of a third embodiment based on Fig. 3, comparing with the first embodiment.

[0042]

The third embodiment is different from the first embodiment in that every sales point is provided with a center device C1 having a center function. This is the case where only one sales point is provided, such as a case of an antenna shop before a transition to the first embodiment. This style may be reasonable when the all sales data D30 do not need very large capacity.

Description will be next made of a fourth embodiment based on Fig. 4, comparing with the third embodiment.

[0043]

The fourth embodiment is different from the third embodiment in that every sales point has a function of the center C and in that the marketing system MS and the sales system are integrated. According to this embodiment, there is a merit of facilitating the device in the sales point S1.

Using Fig. 2, supplemental description will be made of a case where the present invention is applied to a communication Karaoke system in a Karaoke box.

[0044]

In a communication Karaoke system, a terminal device (client) installed in each box (room) of a Karaoke box shop and an in-shop host computer (server) connected online to the terminals in the boxes correspond to the "user" and the "sales point SP1" in Fig. 2, respectively. The customer of the Karaoke box receives an IC card at the reception and operates a terminal device in each box under a condition of using the IC card.

[0045]

[Effects of the Invention]

According to the inventions of Claims 1 to 7, there can be provided a sales method which can give a suggestion to a user who has not clarified conditions for specifying digital information to be purchased and which can comply with a need of a user who want to decide a purchase after trial use.

[0046]

According to the inventions of Claims 8 to 14, there can be provided a sales device which can give a suggestion to a user who has not clarified conditions for specifying digital information to be purchased and which can comply with a need of a user who want to decide a purchase after trial use.

[Effects of the Invention]

[Brief Description of Drawings]

[Fig. 1] is a conceptual view illustrating a first embodiment of the present invention.

[Fig. 2] is a conceptual view illustrating a second embodiment of the present invention.

[Fig. 3] is a conceptual view illustrating a third embodiment of the present invention.

[Fig. 4] is a conceptual view illustrating a fourth embodiment of the present invention.

[Description of Reference Numerals]

D1: trial use data
D2: purchase arousing data
D3: sales data
D30: all the sales data
D31: popular data
C: center
C1: center device
SP1, SP2, SP3: sales point
MS: marketing system
SS: sales system

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開平10-275186

(43) 公開日 平成10年(1998)10月13日

(51) Int.Cl. ⁶	識別記号	F I
G 0 6 F 17/60		G 0 6 F 15/21 3 3 0
13/00	3 5 1	13/00 3 5 1 E
G 0 7 F 17/00		G 0 7 F 17/00 B

審査請求 未請求 請求項の数14 O L (全 11 頁)

(21) 出願番号 特願平9-81219

(22) 出願日 平成9年(1997)3月31日

(71) 出願人 000155469

株式会社野村総合研究所

東京都中央区日本橋1丁目10番1号

(72) 発明者 中 俊文

横浜市保土ヶ谷区神戸町134番地 株式会

社野村総合研究所内

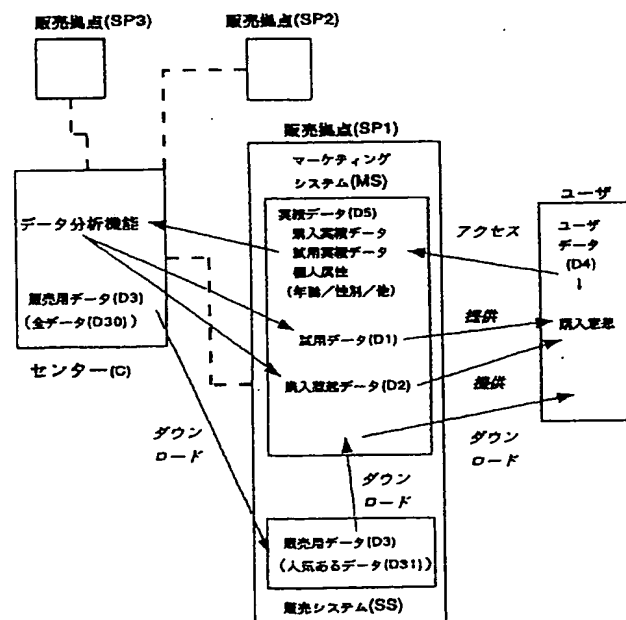
(74) 代理人 弁理士 黒田 博道 (外4名)

(54) 【発明の名称】 オン・デマンド販売方法およびオン・デマンド販売装置

(57) 【要約】

【目的】 入手したいデジタル情報を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる販売システムを提供することである。

【構成】 販売拠点 (SP1) においてユーザからのアクセスを受け付けるアクセス段階、ユーザに試用してもらうための試用データ (D1) を提供する試用データ提供段階、ユーザにデータ購入の意思を惹起させるための購入惹起データ (D2) を提供する購入惹起データ提供段階、およびユーザの購入意思の確認の後、販売用データ (D3) をユーザへ提供する販売提供段階を含むオン・デマンドシステムである。アクセスしたユーザからは、ユーザの属性等に関するユーザデータ (D4) を収集するユーザデータ収集段階を含むこともできる。



【特許請求の範囲】

【請求項１】販売拠点においてユーザからのアクセスを受け付けるアクセス段階、ユーザに試用してもらうための試用データを提供する試用データ提供段階、ユーザにデータ購入の意思を惹起させるための購入惹起データを提供する購入惹起データ提供段階、およびユーザの購入意思の確認の後、販売用データをユーザへ提供する販売提供段階を含むオン・デマンドシステムであることを特徴とするオン・デマンド販売方法。

【請求項２】アクセスしたユーザの属性等に関するユーザデータを収集するユーザデータ収集段階を含むオン・デマンドシステムであることを特徴とする請求項１記載のオン・デマンド販売方法。

【請求項３】購入惹起データは、ユーザデータ収集段階にて収集されたユーザデータに基づいて、当該ユーザが購入する確率の高い販売用データを優先的にカタログ表示されるデータを含むオン・デマンドシステムであることを特徴とする請求項２記載のオン・デマンド販売方法。

【請求項４】販売実績、試用実績などの実績データを分析するデータ分析段階、およびそのデータ分析段階により購入惹起データを更新するデータ更新段階を含むオン・デマンドシステムであることを特徴とする請求項１、請求項２および請求項３記載のオン・デマンド販売方法。

【請求項５】試用データをランキングさせて提供できるように形成したオン・デマンドシステムにおいて、データ更新段階には、試用データのランキングの更新も含むオン・デマンドシステムであることを特徴とする請求項４記載のオン・デマンド販売方法。

【請求項６】販売提供段階は、販売拠点とは別に設けられたセンターからのダウンロードを経るオン・デマンドシステムであることを特徴とする請求項１、請求項２、請求項３、請求項４および請求項５記載のオン・デマンド販売方法。

【請求項７】ユーザが試用データを試用している場合には、その試用データに対応する販売用データをすぐに提供することができるように準備する提供準備段階を含むオン・デマンドシステムであることを特徴とする請求項１、請求項２、請求項３、請求項４、請求項５および請求項６のオン・デマンド販売方法。

【請求項８】販売拠点においてユーザからのアクセスを受け付けるアクセス手段、ユーザに試用してもらうための試用データを提供可能な試用データ提供手段、ユーザにデータ購入の意思を惹起させるための購入惹起データを提供可能な購入惹起データ提供手段、およびユーザの購入意思を確認した場合に、販売用データをユーザへ提供する販売提供手段を備えたことを特徴とするオン・デマンド販売装置。

【請求項９】アクセスしたユーザの属性等に関するユー

ザデータを収集可能なユーザデータ収集手段を備え、購入惹起データ提供手段は、ユーザデータ収集手段が収集したユーザデータに基づいて、当該ユーザが属する集団が購入する確率の高い販売用データを優先させてソートさせて購入惹起データを形成したことを特徴とする請求項８記載のオン・デマンド販売装置。

【請求項１０】販売実績、試用実績などの実績データを分析可能なデータ分析手段、およびそのデータ分析手段による分析結果により購入惹起データを更新するデータ更新手段を備えたことを特徴とする請求項８および請求項９記載のオン・デマンド販売装置。

【請求項１１】データ更新手段は、試用データの更新も行えることを特徴とする請求項１０記載のオン・デマンド販売装置。

【請求項１２】販売拠点とは別にセンターを備え、そのセンターには、極めて多種類の販売用データを蓄積可能とするとともに、センターおよび販売拠点には、センターに蓄積された販売用データを必要に応じてダウンロード可能なセンターダウンロード手段を備えたことを特徴とする請求項８、請求項９、請求項１０および請求項１１記載のオン・デマンド販売装置。

【請求項１３】販売拠点には、販売実績の高い販売用データをストックしておく人気データストック手段を備えたことを特徴とする請求項１２記載のオン・デマンド販売装置。

【請求項１４】センターには、人気データストック手段にストックされている販売用データが何であるか把握できるストックデータ把握手段と、ユーザが試用データを試用している場合であってその試用データに対応する販売用データが販売拠点にはストックされていない場合には、当該販売用データを、販売拠点へすぐにダウンロードすることができるように準備するダウンロード準備手段とを備えたことを特徴とする請求項１３記載のオン・デマンド販売装置。

【発明の詳細な説明】

【０００１】

【発明の属する技術分野】本発明は、ネットワークを介して、ソフトウェア等の情報（音楽、プログラム）を、センターから離れた地点の販売拠点（店頭、家庭の端末機など）に送信し、これを利用するユーザーは、情報を試用あるいは試用（以下、「試用等」という）して購入の参考にする「オンデマンド」の販売システムに関する。

【０００２】

【先行技術】近年の販売システムではオンデマンドシステムにより、「情報」という無形物を販売するようになってきた。「情報」はデジタル化が可能であるので、例えばデータ圧縮などの効率的な情報の配信方法や、例えば販売頻度が高い情報を予め販売拠点へ蓄積しておく方法などが採用できる。これらは購入したい情報を特定で

きるユーザにとっては、非常に便利である。例えば、購入したい音楽を、曲名、ミュージシャン等の条件によって特定し、申し込み手続をして対価を支払うという手順によって、基地局から送信されるデジタル情報たる音楽を購入することができる。

【０００３】

【発明が解決しようとする課題】しかしながら、従来のオンデマンドシステムによる販売システムにも、以下のような欠点があった。音楽を購入したい場合を例にして説明する。まず、購入したい音楽を明確に特定できる条件を、ユーザ側が持っていなければならない。仮に、明確に特定できる条件を持っていないユーザが購入しようとすれば、膨大なデータベースの中から煩雑な検索を経なければならない。

【０００４】また、試験、試用をしてから購入を決定したいというニーズには応えられない。一方、ニーズが多様化、細分化していることに加え、ユーザ自身も何が欲しいという明確な条件を持ちにくい場合も増えている。すなわち、「何かいい音楽はないか」といった漠然としたニーズのユーザも増えている。しかし、そのようなユーザに対しては応えられるシステムにはなっていない。

【０００５】本発明が解決すべき課題は、購入したい情報、例えば音楽やプログラムなどの名前、製造元など、入手したいデジタル情報を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる技術を提供することにある。ここで、請求項１ないし請求項７記載の発明の目的は、入手したいデジタル情報を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる販売方法を提供することである。

【０００６】また、請求項８ないし請求項１４記載の発明の目的は、入手したいデジタル情報を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる装置を提供することである。

【０００７】

【課題を解決するための手段】上記した課題を解決するため、本出願人は、前記した請求項１ないし請求項１４に記載した発明を提供する。

（請求項１）請求項１記載の発明は、販売拠点（SP1）においてユーザからのアクセスを受け付けるアクセス段階、ユーザに試用してもらうための試用データ（D1）を提供する試用データ提供段階、ユーザにデータ購入の意思を惹起させるための購入惹起データ（D2）を提供する購入惹起データ提供段階、およびユーザの購入意思の確認の後、販売用データ（D3）をユーザへ提供する販売提供段階を含むオン・デマンドシステムであることを特徴とする

オン・デマンド販売方法である。

【０００８】（用語説明）「ユーザからのアクセス」とは、オンラインによるものの他、販売拠点へユーザが出向き、販売拠点に設置された端末を用いてアクセスする場合なども含む趣旨である。販売用データ（D3）とは、オンラインによって提供が可能なデジタル情報である。例えば、文書、音楽、プログラム、映像などである。

【０００９】試用データ（D1）とは、例えば販売用データ（D3）が文書の場合にはその文書のダイジェスト版であり、販売用データ（D3）が音楽である場合には８小節分といった販売用データ（D3）の一部分であったりする。購入惹起データ（D2）とは、例えば週間ランキング、著名人のコメントなどである。

【００１０】例えば、試用データ（D1）と購入惹起データ（D2）とを連動させておき、購入惹起データ（D2）にリストされた特定のデータをユーザが指定すれば、すぐに試用データ（D1）を入手できるようにしておいてもよい。「販売用データ（D3）をユーザへ提供する」とは、例えば、ユーザが所有するハードディスクドライブへダウンロードする、という手段の他、通信カラオケなどにおいて一度だけ音楽を提供する場合も含む。また、提供手段については、オンラインで行う手段のみならず、購入の申し込みを受けて販売用データ（D3）を記録した媒体（例えば、ＣＤ－ＲＯＭ）を郵送する、という手段も、本願発明に含む趣旨である。

【００１１】（作用）ユーザが本システムにアクセスすれば、試用データ（D1）の試用ができたり、購入惹起データ（D2）の提供を受けたりできるので、入手したい販売用データ（D3）を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる。

（請求項２）請求項２記載の発明は、請求項１記載のオン・デマンド販売方法を限定したものであり、アクセスしたユーザの属性等に関するユーザデータ（D4）を収集するユーザデータ収集段階を含むことを特徴とする。

【００１２】（用語説明）ユーザデータ（D4）とは、年齢、性別、職業、住所など、ユーザを分類するための属性に関するデータであり、本システムのサービスの向上や、経営状態改善のために用いる。このユーザデータ（D4）の取得手段としては、ユーザが本システムにアクセスする度にユーザに入力してもらう方法、一度アクセスしたユーザには会員番号を与えて二度目以降のアクセスの際にはその会員番号を入力してもらう方法、会員ユーザに配布するＩＣカードによる方法などがある。ＩＣカードには、購入の履歴などを記入するようにしてもよい。更に、不正利用を防ぐ手段を併せ持つように形成してもよい。

【００１３】（作用）本システムはユーザがアクセスした場合、ユーザデータ（D4）を収集できるので、そのユー

ザデータ (D4) を用いて、サービスの向上や、経営状態改善のために用いることができる。

【請求項 3】請求項 3 記載の発明は、請求項 2 記載のオン・デマンド販売方法を限定したものであり、購入惹起データ (D2) は、ユーザデータ収集段階にて収集されたユーザデータ (D4) に基づいて、当該ユーザが購入する確率の高い販売用データ (D3) を優先的にカタログ表示されるデータを含むことを特徴とする。

【0014】（用語説明）販売用データ (D3) が音楽である場合、ユーザデータ (D4) の属性、例えば 10 代の女性には、A というグループの音楽を好む場合には B という歌手をも好む傾向があるといった相関関係を分析して購入惹起データ (D2) とすることもできるようにしてある。

【0015】（作用）本システムにユーザがアクセスすると、本システムはユーザデータ収集段階にてユーザデータ (D4) を収集できる。そのユーザデータ (D4) が蓄積されれば、ユーザの属性に基づいた売れ筋を、統計的に把握することができる。次に、あるユーザがアクセスしてきた場合には、当該ユーザの属性に該当する人気あるデータと呼び出して購入惹起データ (D2) に含ませるようにする。

【0016】すると、販売用データ (D3) が音楽である場合にアクセスしてきたそのユーザは、例えば「最近売れていて、さっき喫茶店で流れていた曲を購入したい。」「友達に乗り遅れないように、最近売れている曲は購入しておきたい。」といったあいまいな状態でも、購入惹起データ (D2) に目当ての曲が入っている可能性が高くなる。すると、短時間で目当ての曲を探し当てることができるというメリットがでてくる。一方、本システムの提供者としても、目当ての曲を限られた時間で探せなくて購入を控えていたようなユーザを購入に至らせることができるというメリットがでてくる。

【請求項 4】請求項 4 記載の発明は、請求項 1、請求項 2 および請求項 3 記載のオン・デマンド販売方法を限定したものであり、販売実績、試用実績などの実績データ (D5) を分析するデータ分析段階、およびそのデータ分析段階により購入惹起データ (D2) を更新するデータ更新段階を含むことを特徴とする。

【0017】（用語説明）実績データ (D5) とは、販売実績および試用実績をメインとするデータであるが、ユーザデータ (D4) との組合せからなる新たなデータなどであってもよい。データ分析段階、データ更新段階の頻度は多いほどユーザにとってのメリットが大きい、システムの規模によって異なる。

【0018】（作用）本システムは、データ分析段階およびデータ更新段階を含んでいるので、入手したい販売用データ (D3) を特定するための条件を明確にしていなくてもユーザに対して示唆を与えるというサービスの質を、高い水準で維持できる。

【請求項 5】請求項 5 記載の発明は、請求項 4 記載のオ

ン・デマンド販売方法を限定したものであり、試用データ (D1) をランキングさせて提供できるように形成したオン・デマンドシステムにおいて、データ更新段階には、試用データ (D1) のランキングの更新も含むことを特徴とする。

【0019】（作用）本システムは、データ更新段階を経ることによって試用データ (D1) のランキングの更新もなされるので、ユーザが欲する試用データ (D1) にたどり着く時間を短くできる可能性を高められる。

【請求項 6】請求項 6 記載の発明は、請求項 1、請求項 2、請求項 3、請求項 4 および請求項 5 記載のオン・デマンド販売方法を限定したものであり、販売提供段階は、販売拠点 (SP1) とは別に設けられたセンター (C) からのダウンロードを経ることを特徴とする。

【0020】（作用）本システムによれば、販売拠点 (SP1) とは別にセンター (C) を備えているので、販売拠点が複数になっても、販売拠点ごとにすべての販売用データ (D3) を常時ストックしておく必要がなく、設備のスリム化を図ることができる。

【請求項 7】請求項 7 記載の発明は、請求項 1、請求項 2、請求項 3、請求項 4、請求項 5 および請求項 6 のオン・デマンド販売方法を限定したものであり、ユーザが試用データ (D1) を試用している場合には、その試用データ (D1) に対応する販売用データ (D3) をすぐに提供することができるように準備する提供準備段階を含むことを特徴とする。

【0021】（用語説明）請求項 6 に記載したような販売拠点 (SP1) とは別にセンター (C) を備えているシステムにおいて、ユーザが試用している試用データ (D1) に対応する販売用データ (D3) が販売拠点 (SP1) にない場合には、センター (C) から販売拠点 (SP1) へダウンロードしておく、あるいはダウンロードの準備をしておく。

【0022】（作用）本システムによれば、提供準備段階があるので、ユーザが試用データ (D1) に基づいて購入の意思決定をしたらすぐに販売用データ (D3) を提供できるので、ユーザが入手するまでの時間を短縮でき、ユーザにとっての満足度が高まる。請求項 2 等を限定した発明においては、販売拠点ごとにユーザデータ (D4) を収集できるというメリットがある。請求項 3 を限定した発明においては、当該販売拠点に特有な売れ筋を把握できるようになる。

【請求項 8】請求項 8 記載の発明は、販売拠点 (SP1) においてユーザからのオンラインによるアクセスを受け付けるアクセス手段、ユーザに試用してもらうための試用データ (D1) を提供可能な試用データ提供手段、ユーザにデータ購入の意思を惹起させるための購入惹起データ (D2) を提供可能な購入惹起データ提供手段、およびユーザの購入意思を確認した場合に、販売用データ (D3) をユーザへ提供する販売提供手段を備えたことを特徴とするオン・デマンド販売装置である。

【００２３】（用語説明）「販売提供手段」とは、例えば、ユーザが所有するハードディスクドライブへダウンロードする、という手段の他、通信カラオケなどにおいて一度だけ音楽を提供する場合も含む。また、提供手段については、オンラインで行う手段のみならず、購入の申し込みを受けて販売用データ（Ｄ３）を記録した媒体（例えば、ＣＤ－ＲＯＭ）を郵送する、という手段も、本願発明に含む趣旨である。

【００２４】（作用）販売拠点（ＳＰ１）においては、アクセス手段によってユーザからのオンラインによるアクセスを受け付ける。そして、試用データ提供手段、購入惹起データ提供手段により、試用データ（Ｄ１）、購入惹起データ（Ｄ２）をユーザに対して提供する。試用データ（Ｄ１）、購入惹起データ（Ｄ２）を提供されたユーザは、それを利用して、あるいは利用せずに、購入したいデータを特定し、購入の意思表示をする。その場合、本願発明に係るオン・デマンド販売装置は、販売提供手段によって、販売用データ（Ｄ３）をユーザへ提供する。

【００２５】本願発明に係るオン・デマンド販売装置を採用した販売システムによれば、試用データ（Ｄ１）の試用ができたり、購入惹起データ（Ｄ２）の提供を受けたりできるので、入手したい販売用データ（Ｄ３）を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる。

（請求項９）請求項９記載の発明は、請求項８記載のオン・デマンド販売装置を限定したものであり、アクセスしたユーザの属性等に関するユーザデータ（Ｄ４）を収集可能なユーザデータ収集手段を備え、購入惹起データ提供手段は、ユーザデータ収集手段が収集したユーザデータ（Ｄ４）に基づいて、当該ユーザが属する集団が購入する確率の高い販売用データ（Ｄ３）を優先させてソートさせて購入惹起データ（Ｄ２）を形成したことを特徴とする。

【００２６】（作用）本願発明に係るオン・デマンド販売装置を採用した販売システムは、ユーザデータ収集手段により、本願発明に係るシステムにアクセスしたユーザのユーザデータ（Ｄ４）を収集する。次に、そのユーザデータ（Ｄ４）に基づいて、当該ユーザが属する集団が購入する確率の高い販売用データ（Ｄ３）を優先させてソートさせることによって、購入惹起データ（Ｄ２）を形成する。すると、例えば、入手したい販売用データ（Ｄ３）を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、購入の意思決定を下す確率を高めることができる。

（請求項１０）請求項１０記載の発明は、請求項８および請求項９記載のオン・デマンド販売装置を限定したものであり、販売実績、試用実績などの実績データ（Ｄ５）を分析可能なデータ分析手段、およびそのデータ分析手段による分析結果により購入惹起データ（Ｄ２）を更新するデータ更新手段を備えたことを特徴とする。

【００２７】（作用）本願発明に係るオン・デマンド販

売装置を採用した販売システムは、データ分析手段を用いて実績データ（Ｄ５）を分析する。その分析結果は、データ更新手段により、購入惹起データ（Ｄ２）を更新するのに用いる。すると、入手したい販売用データ（Ｄ３）を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して示唆を与えるというサービスの質を、高い水準で維持できる。

（請求項１１）請求項１１記載の発明は、請求項１０記載のオン・デマンド販売装置を限定したものであり、データ更新手段は、試用データ（Ｄ１）の更新も行えることを特徴とする。

【００２８】（作用）本願発明に係るオン・デマンド販売装置を採用した販売システムは、データ更新段階を経ることによって試用データ（Ｄ１）のランキングの更新もなされるので、ユーザが欲する試用データ（Ｄ１）にたどり着く時間を短くできる可能性を高められる。

（請求項１２）請求項１２記載の発明は、請求項８、請求項９、請求項１０および請求項１１記載のオン・デマンド販売装置を限定したものであり、販売拠点（ＳＰ１）とは別にセンター（Ｃ）を備え、そのセンター（Ｃ）には、極めて多種類の販売用データ（Ｄ３）を蓄積可能とするとともに、センター（Ｃ）および販売拠点（ＳＰ１）には、センター（Ｃ）に蓄積された販売用データ（Ｄ３）を必要に応じてダウンロード可能なセンターダウンロード手段を備えたことを特徴とする。

【００２９】（作用）本願発明に係るオン・デマンド販売装置を採用した販売システムによれば、販売拠点（ＳＰ１）とは別にセンター（Ｃ）を備えているので、販売拠点が複数になっても、販売拠点ごとにすべての販売用データ（Ｄ３）を常時ストックしておく必要がなく、設備のスリム化を図ることができる。

（請求項１３）請求項１３記載の発明は、請求項１２記載のオン・デマンド販売装置を限定したものであり、販売拠点（ＳＰ１）には、販売実績の高い販売用データ（Ｄ３）をストックしておく人気データストック手段を備えたことを特徴とする。

【００３０】（作用）本願発明に係るオン・デマンド販売装置を採用した販売システムによれば、販売拠点（ＳＰ１）には人気データストック手段を備えているので、当該手段にストックされている販売用データ（Ｄ３）を販売、すなわちユーザへの提供をする際には、ユーザが入手するまでの時間を短縮できる。

（請求項１４）請求項１４記載の発明は、請求項１３記載のオン・デマンド販売装置を限定したものであり、センター（Ｃ）には、人気データストック手段にストックされている販売用データ（Ｄ３）が何であるか把握できるストックデータ把握手段と、ユーザが試用データ（Ｄ１）を試用している場合であってその試用データ（Ｄ１）に対応する販売用データ（Ｄ３）が販売拠点（ＳＰ１）にはストックされていない場合には、当該販売用データ（Ｄ３）を、販売拠点（ＳＰ１）へすぐにダウンロードすることができるよう準備す

るダウンロード準備手段とを備えたことを特徴とする。

【0031】（作用）本願発明に係るオン・デマンド販売装置を採用した販売システムによれば、ストックデータ把握手段をセンター(C)に備えているので、センター(C)においては、人気データストック手段にストックされているデータ、されていないデータを常に把握できる。そして、ダウンロード準備手段を備えているので、ユーザが試用データ(D1)を試用している場合であってその試用データ(D1)に対応する販売用データ(D3)が販売拠点(SP1)にはストックされていない場合には、当該販売用データ(D3)を、販売拠点(SP1)へすぐにダウンロードすることができる。したがって、当該販売用データ(D3)をユーザへ提供する際には、ユーザが入手するまでの時間を短縮できる。

【0032】

【発明の実施の形態】以下、本発明を実施の形態および図面に基いて更に詳しく説明する。ここで使用する図面は図1ないし図4である。図1は、本発明の第一の実施の形態を示す概念図である。図2は、本発明の第二の実施の形態を示す概念図である。図3は、本発明の第三の実施の形態を示す概念図である。図4は、本発明の第四の実施の形態を示す概念図である。

（第一の実施の形態）図1に基づいて、第一の実施の形態について説明する。

【0033】この実施の形態は、複数の販売拠点SP1、SP2、SP3と、それらの販売拠点SP1、SP2、SP3を統合するセンターCとから形成されているオン・デマンド・マーケティングシステムである。販売拠点SP1、SP2、SP3はすべて同一の構成なので、以下、このシステムを利用するユーザが、図1に示すように販売拠点SP1を利用すると説明する。また、このシステムは、音楽データを販売するシステムであるとする。

【0034】販売拠点SP1は、センターCとオンラインで結ばれている。また、販売拠点SP1は、販売用データD3をストックしておく販売システムSSと、ユーザがアクセスするマーケティングシステムMSとに分けられて形成されている。このマーケティング・システムを利用してデータを購入しようとするユーザは、まず、例えば最も電話料金の安い場所に設けられた販売拠点SP1のマーケティングシステムMSにオンラインでアクセスする。販売拠点SP1に向いて行って、そこにある端末によってアクセスすることにしてもよい。そのとき、そのユーザに関するデータたるユーザデータD4、例えば年齢、性別、住所、職業などをマーケティングシステムMSが入手する。

【0035】ユーザからのアクセスがあると、マーケティングシステムMSは、ユーザに試用してもらうための試用データD1、ユーザにデータ購入の意思を惹起させるための購入惹起データD2を提供する。ここで、試用

データD1とは、いわゆる「さび」の部分の8小節分までとした販売用データD3の一部である。購入惹起データD2とは、例えばユーザデータD4や販売実績データなどから作成した週間ランキングのほか、新曲販売促進用のイメージビデオ、著名人のコメントなどを含むデータである。

【0036】ユーザデータD4の属性、例えば10代の女性には、Aというグループの音楽を好む場合にはBという歌手をも好む傾向があるといった相関関係を分析して購入惹起データD2とすることもできるようにしてある。なお、試用データD1と購入惹起データD2とは連動しており、購入惹起データD2のランキングにリストされた特定のデータをユーザが指定すれば、すぐに試用データD1を入手できるようにしてある。

【0037】試用データD1および購入惹起データD2を利用しないユーザは、購入を希望する販売用データD3を特定するための検索情報を、マーケティングシステムMSに対して送信する必要があり、マーケティングシステムMSは、その検索情報に基づいて、販売用データD3を提供できる準備をする。このとき、ユーザが希望するデータであるかどうかを確認させるため、試用データD1として新たに提供できるようにしてもよい。

【0038】このように、ユーザが本システムにアクセスすれば、試用データD1の試用（試聴）ができたり、購入惹起データD2の提供を受けたりできるので、入手したい販売用データD3を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる。

【0039】購入の意思を固めたユーザが、マーケティングシステムMSに対して購入の意思を表示すると、販売用データD3がユーザへ提供される。例えば、ユーザ所有のハードディスクドライブへダウンロードされる。この販売用データD3は、人気あるデータD31であれば、販売システムSSにストックされているが、販売システムSSにストックされていない場合には、全販売用データD30をストックしているセンターCから販売システムSSへダウンロードし、その後ユーザへダウンロードする。

【0040】なお、ユーザが試用データD1を使用している場合には、その試用データD1に対応する販売用データD3のダウンロードを準備することとしている。そうすれば、ユーザはいち早く販売用データD3を入手することができる。また、試用データD1を試用した旨の使用実績データや購入した場合にはその旨の購入実績データなどの実績データD5は、ユーザデータD4とともにセンターCに送られ、センターCに設けられたデータ分析機能にかけられる。すなわちデータ分析機能とは、ユーザデータD4を販売拠点から入力する入力手段と、そのユーザデータD4を記録する記憶手段と、その記憶

手段に記録されたユーザデータを集計して前記購入惹起データへ加工する演算手段と、その演算手段による集計結果を前記マーケティングシステムMSの購入情報提供機能へ送信する出力手段とを備える。

（第二の実施の形態）続いて、第二の実施の形態につき、図2に基づいて第一の実施の形態と比較しつつ説明する。

【0041】第二の実施の形態が第一の実施の形態と異なるのは、販売拠点SP1におけるマーケティングシステムMSと販売システムSSとが一緒になっている点である。このように形成することによって販売拠点SP1の装置を簡略化する。一方、簡略化に伴い、販売用データD3としてストックしておく人気あるデータD31は、第一の実施の形態に比べて少なくなる場合があるが、ストックしていない販売用データD3についてはセンターCからダウンロードすればよい。

（第三の実施の形態）続いて、第三の実施の形態につき、図3に基づいて第一の実施の形態と比較しつつ説明する。

【0042】第三の実施の形態が第一の実施の形態と異なるのは、販売拠点ごとにセンターの機能を持たせたセンター装置C1を備えた点にある。販売拠点をひとつしか設けていない場合にはこの形態となる。例えば、第一の実施の形態に移行する前のアンテナショップである。また、全販売用データD30がそれほど大きな容量にならない場合にもこの形態が合理的である場合もある。。

（第四の実施の形態）続いて、第四の実施の形態につき、図4に基づいて第三の実施の形態と比較しつつ説明する。

【0043】第四の実施の形態が第三の実施の形態と異なるのは、販売拠点ごとにセンターCの機能を持たせるとともに、マーケティングシステムMSと販売システムSSとを一緒にしている点である。この実施の形態によれば、販売拠点SP1の装置を簡略化できるというメリットがある。

（バリエーション）カラオケボックスの通信カラオケシステムに本願発明が採用される場合について、図2を用いて補足説明する。

【0044】通信カラオケシステムの場合には、図2における「ユーザ」に該当するのはカラオケボックス店の

各ボックス（部屋）に設置された端末装置（クライアント）となり、「販売拠点SP1」は各ボックスの端末装置とオンラインで結ばれた店内ホストコンピュータ（サーバ）となる。例えば、カラオケボックスの客は、受付でICカードを手渡され、そのICカードの使用を条件に各ボックスの端末装置を操作する。

【0045】

【発明の効果】請求項1ないし請求項7記載の発明によれば、入手したいデジタル情報を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる販売方法を提供することができた。

【0046】また、請求項8ないし請求項14記載の発明によれば、入手したいデジタル情報を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる装置を提供することができた。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の第一の実施の形態を示す概念図である。

【図2】本発明の第二の実施の形態を示す概念図である。

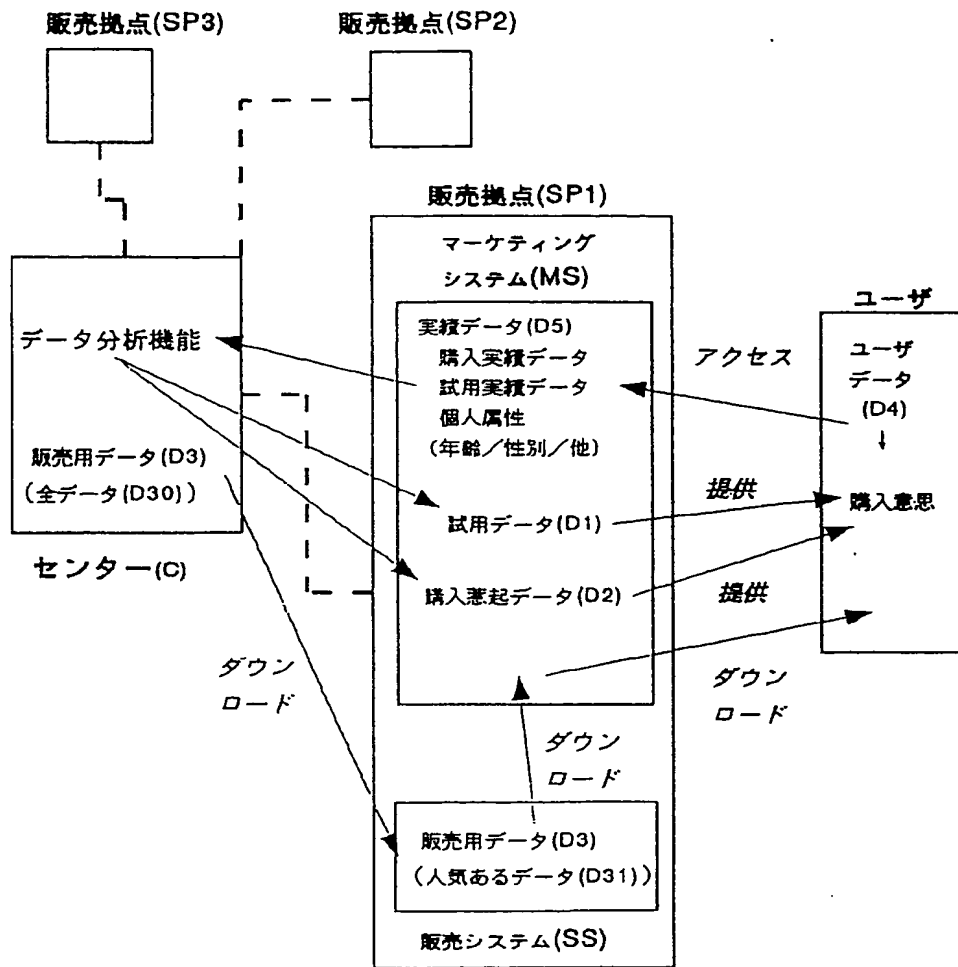
【図3】本発明の第三の実施の形態を示す概念図である。

【図4】本発明の第四の実施の形態を示す概念図である。

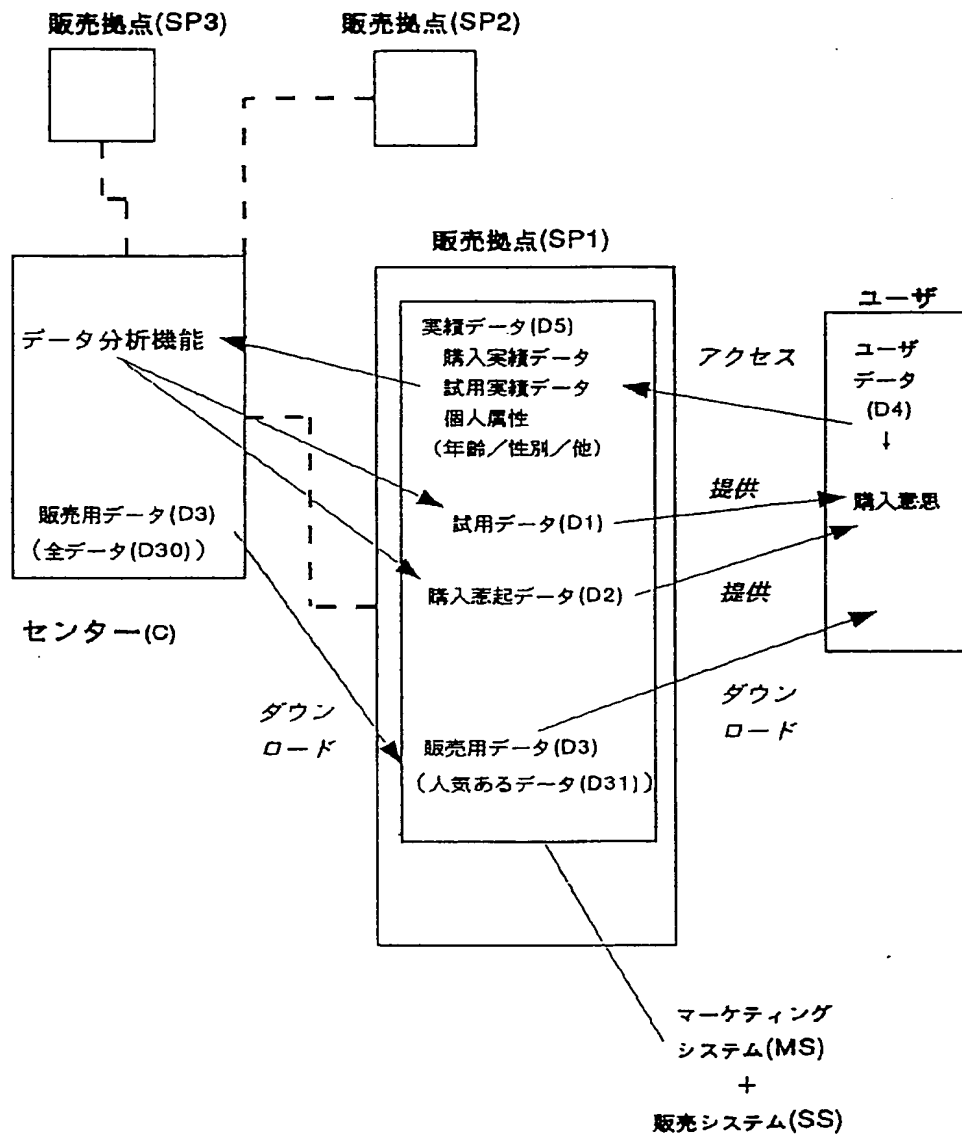
【符号の説明】

D1	試用データ	D2	購入惹起データ
D3	販売用データ	D30	全販売用データ
D31	人気あるデータ		
C	センター	C1	センター装置
SP1, SP2, SP3	販売拠点		
MS	マーケティングシステム	SS	販売システム

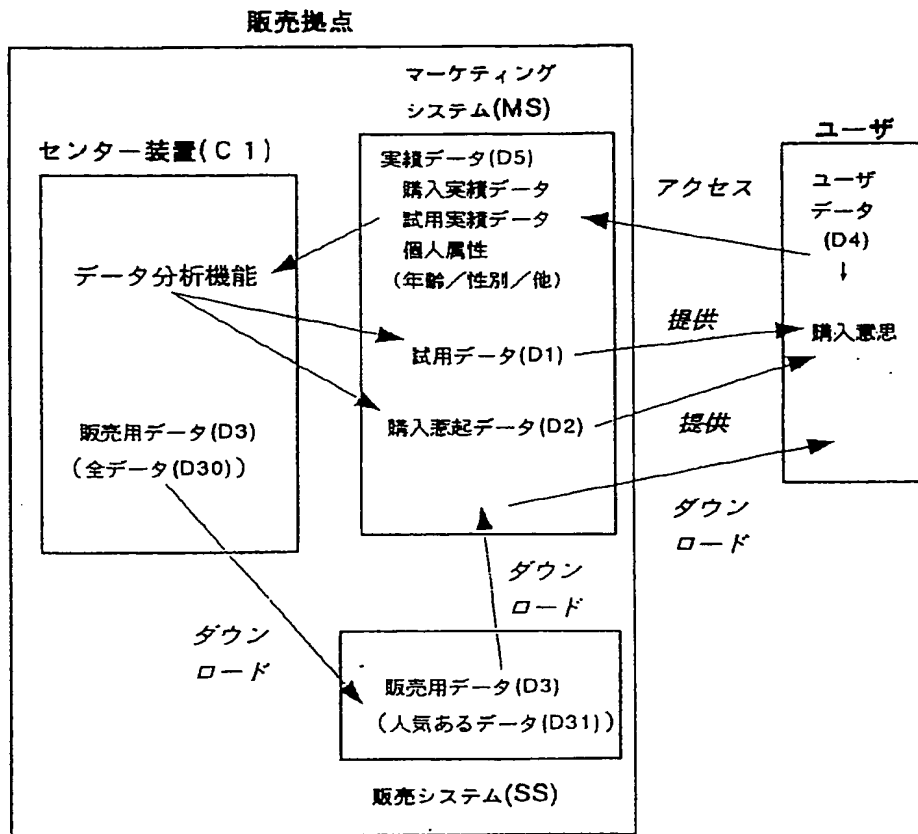
【図1】



【图2】



【図3】



【図 4】

